

# Miksi keskiolut, miksei miedot viinit?

LEENA WARSELL

Alkon historia on täynnä mielenkiintoisia, mutta edelleen yllättävän pimennossa olevia vuosikymmeniä. 1990-luku monopolin purkamisineen on tämän ajan peilinä äärimmäisen mielenkiintoinen. Käydessäni tuota ajanjaksoa läpi väitöskirjassani (Warsell 2005) minua alkoi yhä enemmän kiinnostaa toinenkin vuosikymmen, nimittäin 1960-luku ja keskioluen vapauttaminen. Ensi vaikutelma on, että Alkon kanta on vähintäänkin ristiriitainen. Miksi vuosia viinien puolesta kamppailut ja kansan olutravintoloita nitistänyt ja kurittanut Alko alkoi lopulta ajaa voimakkaasti keskioluen vapauttamista eikä ilmeisesti edes harkinnut viinien vapauttamista? Mistä kaikesta tässä takinkäänössä oikein oli kysymys? Vai oliko kyse takinkäänöstä vai vain optisesta harhasta?

Keskioluen vapauttamisessa voi nähdä paitsi alkoholipolitiikkaa myös syviä sosiaali- ja kulttuurihistoriallisia merkityksiä. Ei se ihan merkityksetön ole myöskään liike- ja valtiontaloudellisilta lähtökohdiltaan. Onkin oikeastaan ihme, ettei juuri kukaan tutkija ole tarttunut aiheeseen mainonta-analyysijä laajemmin. Tutkittu tieto puuttuu lähes kokonaan Alkon suhtautumisesta ja vaikuttamisesta keskioluen vapauttamiseen. Mikä oli Alkon ja panimoiden keskinäinen suhde? Ehkä kattavin analyysi löytyy Kettil Bruunilta, joka kirjassaan *Alkohol* (1972) käsittelee jonkin verran myös Alkon sisäistä toimintapolitiikkaa.

Tuoreimman keskiolutkuohuisen ajankuvan tarjoilee Matti Peltonen (2006) artikkelissaan ”Keskioluen vapautus 1969” kirjassa *Alkohol*in vuosisata. Hänen mukaansa (2006, 464) keskioluen vapautus 1969 oli ”suuri voitto Alkon johdolle”. Lisäksi Peltonen väittää, että ”Alko oli ajanut keskiolutasiaa jo 1940-luvun lopulta saakka”. Syykin löytyy – vuoden 1952 olympialaiset. Tarkat lähdeviitteet puuttuvat, joten asiaa on vaikea tarkistaa. Tuntuu kuitenkin oudolta, että Alko olisi ajanut oluen vapauttamista jo noin aikai-

sin. Mutta 1960-luvun alussa näyttäisi tapahtuneen jotain, mikä käänsi Alkon ja jopa viinimäen miehen Pekka Kuusen pään. Mitä?

Yritän jäljittää asiaa penkomalla Alkoholipolitiikka-lehden sisältöjä, pääasiassa pääkirjoituksia ja tutkimusreferaatteja. Pääkirjoitukset ovat hyvää ajan ja politiikan ”aikomusten peili”. Lisäksi vertaan tuon ajan päihdekulutustilastoja. Ei tästä vielä kovin vakuuttavaa todistusaineistoa synny, mutta ehkä jotain suuntaa antavaa. Saako Peltosen väite niistä tukea, vai osoittautuvatko omat epäilyni aiheettomiksi?

## Oliko Alko tosiaan olutmyönteinen?

Mikäli Peltosen väite Alkon olutmyönteisyydestä jo 1940-luvulla pitäisi paikkansa, miten on selitettävissä se, että olut näytti edustavan Alkolle sen perustamisen alkuvuosikymmeninä lähinnä kansan huonoa makua, sivistymättömyyttä ja huonoja tapoja ja kansanravintolat edustivat puolestaan anniskelupaikkoja, joista piti mitä pikimmin päästä eroon?

Alko karsi tiukalla ja määrätietoisella lupapolitiikalla olutravintolat 1950-luvulle tultaessa lähes minimiin ja suosi järjestelmällisesti siistin ylä- ja keskiluokan A- ja B-ravintoloita. Ensimmäiset tiedot ravintoloiden paikkaluvuista ovat vuodelta 1938: sen mukaan ravintolapaikkoja oli 30-luvulla kaksi kertaa enemmän kuin 60-luvulla. Erityisen jyrkkä muutos oli tapahtunut olutpaikoissa, joita 30-luvulla oli peräti kaksikymmentä kertaa enemmän kuin 1967. Kansanravintoloita oli tilastojen mukaan vuonna 1938 yhteensä 117 ja vuonna 1965 enää 77. A- ja B-ravintoloita puolestaan oli 1965 jo melkein kuusisataa (598), vuonna 1938 vain 438. (Mäkelä & Pöysä 1967, 300–301).

1930- ja 1940-luvun olutravintolat olivat en-

nen kaikkea työväen paikkoja. Alkon kireä suhtautuminen niihin saattoi ilmentää eri yhteiskuntaluokkien osakulttuurien välisiä jyrkkiä eroja. Kapakat olivat tuolloin lähes ainoita tarjolla olevia kokoontumispaikkoja, ja sen vuoksi niitä saatettiin pitää suurena uhkana vallitsevalle järjestelmälle, mikä voisi selittää ylipäätään osan kapakalaitosta vastaan suunnatusta sitkeästä vastarinnasta (Mäkelä & Pöysä 1967, 302).

Alkuvuosikymmenten alkoholilehdissä käytiin ravintoloiden sääntelemisestä ja niiden raittiuspoliittisesta tarkoituksenmukaisuudesta jatkuvaa polemiikkaa. Erityisen syynin kohteena olivat ”työpukimissa olevat työläiset”. Väkijuomaliikkeen tarkastajan Martti Arosen kirjoituksessa (1937, 103–104) näkyy oivallisesti, miten Alkos nähtiin ”kanssa” ja ”kansanravintolat”:

”Varsin usein näkee kansanravintoloissa jopa iltaisin-kin työpukimissa olevia työläisiä, useilla vielä päällystakitkin yllään. – Ei ainakaan iltapäivisin ja iltaisin saisi kansanravintoloissa anniskella väkijuomia työpukimissa oleville työläisille, vielä vähemmän palkanmaksupäivinä. –

Pyrkimyksenä tulisi myöskin olla, että asiakkaat eivät saisi istua ravintolassa päällystakki yllä ja lakki päässä. – On sattunut tapauksia, että työläisasiakas on kieltäytynyt ottamasta päällystakkaa yltään senvuoksi, että hänen vaatetuksensa on huono, että hänellä ei ole sen alla toista takkia, taikka hänellä ei ole esim. paitaa j.n.e. – Tämä ei ole oikein. Työläisellä, jolla on näin heikko vaatetus, ei yleensä saisi olla asiaa anniskelupaikkaan –.

Silti: vaikka olutta karsastettiin, miedon linjan perusajatus on vanha. Matti Piispa (2005) löysi ajatuksen mietojen suosimisesta Alkon julkaisuista jo 30-luvulta. Varsinaisesti linja alkoi elää Alkossa 1950-luvulla, mutta silloin se tarkoitti nimenomaan viinien suosimista. Linjan pääarkkitehti ja puolestapuhuja oli vuonna 1952 jakelutoimen johtajaksi nimitetty Pekka Kuusi.

Kuusi oli myös (vuodesta 1948 alkaen) Alkoholiliikkeen Aikakauskirjan (vuodesta 1956 Alkoholipoliittikan) päätoimittaja ja piti lehdessään viinitietoutta näyttävästi esillä jo paljon ennen 1950-luvun lopussa lanseerattua viinikampanjaa, koko 1950-luvun, jopa 40-luvun lopulla (Piispa 2005). Viinitietous ja -kulttuuri voittivat 60-luvulle tultaessa julkaisutilaa kontrolli- ja raittiuspolitiikalta. Olut oli aivan marginaalissa. Myös Bruun (1972, 257) mainitsee, miten ”kannattaa huomata, ettei [lehdessä] käsitelty 1950-luvulla lainkaan olutkysymystä, josta oltiin 1960-luvulla hyvin kiinnostuneita”.

Bruunin mukaan (1972, 262) ei Alkon politi-

kassa ”aluksi pidetty olutta ja viinejä samanarvoisina”. Hän toteaa olutpolitiikkaa vastaan hankkajaksi silloisen pääjohtajan Toivo Veistaron, joka suhtautui ”hyvin epäillen olutpolitiikan väljentämiseen”. Vasta Veistaron lähdön jälkeen 1952 alkoi tapahtua muutoksia. Alko on ”nykypäiviin [siis 1970-luvun alkupuolelle] asti suosittanut ensi sijassa siirtymistä väkevästä juomasta viineihin”. Tätä ”propagandatoimintaa tehostettiin vielä [Alkon] hallintoneuvoston vuonna 1959 tekemän päätöksen mukaisesti myymälöihin sijoitettavilla lehtisillä ja mainoksilla”. Tuolloin myynnissä olevista viineistä puolet oli kotimaisia ja lopuistakin valtaosa Alkon itsensä pullottamia. Näistä pullotteistaan Alko sai ilmeisesti aika hyvän katteen?

Alko vauhditti omalla tavallaan suomalaisten keskiluokkaistumista ottamalla viinilinjan alkoholipoliittiseksi tavoitteekseen viinavaltaisuuden taltuttamiseksi. Viinavaltaisuudesta tosiaan oli kysymys, sillä kaikesta myydyistä alkoholista vielä 1958 myytiin väkevinä juomina yli 70 prosenttia.

## Kuusikin vaihtaa ruokaviinit saunaoluihin?

Peltosen väite alkaa olla totta vasta 1960-luvulla, jolloin Kuusikin näyttää kääntyvän oluen puolelle ja unohtavan viinikampanjoinnin. Hänen oluthehkutuksensa huippu osuu vuoteen 1965. Alkoholipoliittikka-lehden pääkirjoituksessa hän otti käyttöön koko suostutteluarsenaalinsa keskioleen vapauttamiseksi. Vielä 1959 Kuusi myöntää olleensa ns. Rekolan komitean kanssa yhtä mieltä siitä, ettei keskiolettua ole syytä vapauttaa, mutta on nyt ”tarkistanut kantansa”. Mikä muutti Kuusen mielen?

Mitä Alko tahtoi? Käytiinkö koko 1950- ja 1960-luku Alkon sisällä tuoteherruudesta keskinäistä kamppailua, jossa Kuusen viini-innovaation vastapainoina olivat sekä ”viinapuolueen” että ”olutpuolueen” miehet? Oliko taustalla ”alkopoliittisia”, ”valtionvara-poliittisia” vai peräti alkoholi-poliittisia syitä? Kuusen viinilinja oli joutumassa jostain syystä alakynteen? Kuusen henkilökohtaisia pyrkimyksiäkään ei ole syytä aliarvioida. Presidenttipelin näyttävä avausheitto?

Kuusi perustelee kirjoituksessaan olutkääntymystään peräti kymmenen kohdan verran. Kansalla on olutkammo, olutkaupan tuotto on alhainen, alkoholipoliittikan painopisteen tulee olla oluen puolella, valtion alkoholitulot uhkaa-

vat vähentyä, vuodesta 1964 lähtien suoritettu ”olutravintolakoe” (lue: Alkon Kantaravintolat) on osoittanut, että asteittainen olutkaupan laajentaminen voidaan toteuttaa haittavaikutuksia aiheuttamatta, väestön mielipiteet näyttävät siirtyneen oluen vapauttamisen kannalle, Suomi on maapallon ainoana maana monopolisoinut olutkaupan monopolinsa myymälöihin ja Ruotsissa(kin) myydään 1.10.1965 lähtien olutta vapaasti kaikissa elintarvikemyymälöissä.

Ruotsi kyllä veti keskioluensa nopeasti takaisin Systembolagetin hyllyille, ja siellä se on tänäkin päivänä. Mutta ei Suomen Alko, vaikka siihen olisi ollut jopa nykyistä veronalennuksen jälkeistä aikaa paljon painavimmat alkoholipoliittiset perustelut. Miksi näin?

Samassa kirjoituksessaan Kuusi horjuttaa vielä nykyäänkin voimassa olevaa alkoholipoliittista ”ohjelmateoriaa”. Hän leimaa kokonaiskulutuksen vähentämispyrkimykset (ja sitä kautta haittojen torjumisyrietykset) raittiusmielisen alkoholipoliittikan hallitsevaksi tavoitteeksi. ”Tällainen kulutuksen minimointiin tähtäävä alkoholipoliittikka on jo varsin etäällä kansamme alkoholipoliittisista kokonaispyrkimyksistä.” Mitähän nämä ”kokonaispyrkimykset” Kuusen mielestä olivat? 1970-luvun alussa hän joutui, alkoholitutkijoiden näyttöön perustuvan tiedon perusteella, vetämään sanojaan takaisin ja palaamaan ruotuun kokonaiskulutuksen vähentäjänä.

Viisaana ja kaukonäköisenä sekä tutkimusorientoituneena miehenä Kuusi saattoi jo osata uumoilla, ettei alkoholin kokonaiskulutus mahdollisen vapautuksen jälkeen pysy kurissa. Alkoi hän hyvissä ajoin hakea siihen kunniallista perääntymistietä?

Alkon ja panimoiden suhde nousee nyt uuteen valoon: löytävätkö ne tuolloin vihdoinkin yhteisen, rahalta haiskahtavan toimintalinjan? Vaikka viinien vapauttaminen olisi sopinut paremmin Alkon (ainakin Kuusen) alkoholipoliittiseen linjaan, se olisi ollut vastoin kotimaisten tuotteiden suosimisen politiikkaa. Se on mielestäni ollut yksi kestävän kehityksen johtolanka Alkon politiikassa aina vuodesta 1932 lähtien yhdessä valtiontalouden pönkittämisen kanssa. Siksi piti torjua laitonta liikettä ja korvikkeita, siksi piti perustaa omia tehtaita valtion omistukseen, siksi piti koko elinkeino pitää tiukassa monopolistisessa suojeluksessa ja (!) – siksi piti viinan hintaa alen-  
taa vuonna 2004. ”Seuraa rahaa, niin löydät totuuden.” Jos nämä pyrkimykset yhdessä tai erik-

seen sattuivat sopimaan yhteen alkoholipoliittisten tavoitteiden kanssa, niillä oli kummasti tapana myös toteutua.

Ajallista kontekstia Alkon mahdollisessa linjanmuutoksessa ei ole syytä unohtaa. Elettiinhän 1960-luvulla liberalismiin ja työväenhenkisyysnousukautta. K.-A. Fagerholm, joka oli Alkon pääjohtaja vielä vuoden 1968 lakia säädettäessä, edusti entisenä ay-liikkeen miehenä näkökulmaa, jonka mukaan ”pienituloinenkin ryypyn ansaitsee”. Oluen vapauttaminen sopi hyvin fagerholmilaiseen työväenluokkaiseen näkemykseen.

Mutta – se sopi myös Kuusen kuvioihin: viinien suosiminen toi kasvavan keskiluokan kannatusta ja pelaaminen lopulta yhteen panimomiesten kanssa iänikuisten riitelyjen jälkeen loisi teollisuuspiireihinkin hyvää tukialustaa? Oliko vuonna 1966 eduskuntaan valitulla Kuusella kauaskantoiset suunnitelmat kohti vuotta 1974?

Kuusen olut-innostuksen viimeinen välähdys löytyy vuodelta 1969. Matti Peltonen (2006, 447–448)) on Suomen Kuvalehdestä löytänyt herkullisen haastattelun, jossa Kuusen aikomukset (?) ratsastaa kansansuosion aallonharjalla esittämällä täysraittiista kääntynyttä monipuolista kohtuujoomisen osaajaa käyvät mielestäni hyvin ilmi. Kuusta oli pyydetty listaamaan tusina alkoholijuoma-mielituotettaan. Laajassa ja rentomielisessä haastattelussaan hän mm. mainitsee, miten monikäyttöinen olut on: ”Se on ateriajuoma, janojuoma ja yleisjuoma, joka maistuu silistä saunalenkkiin.” Peltosen mukaan listaa lukiessa tulee sellainen vaikutelma, että Kuusi pyrki mainitsemaan kaikki mahdolliset Alkon tuotteet saadessaan mahdollisuuden ilmaisen mainoksen julkaisemiseen.

## Efta-sopimuksesta vapautuksen alkupaukku

Alkon takinkäännon (viinien suosijasta oluen vapauttajaksi) vedenjakaja on ilmeisesti ollut vuosina 1963–1965 suoritettu ns. olutravintolakoe. Se osoitti, että kaikki 26 kokeiluravintolaa olivat ”muodostuneet viihtyisiksi niin rakenteen, sisustuksen kuin palvelutasonkin puolesta”. Edes järjestyksenpidon suhteen ei kokeiluravintoloissa ollut ilmennyt ”maininnan arvoisia vaikeuksia”. Yhtään ravintolan toiminnasta aiheutunutta järjestyshäiriötäkään ei ollut todettu. Alkossa kokeilua johtanut Tauno A. Tuominen totesi suo-

rastaan hämillään vuoden 1967 Alkoholipoliitikka-lehden artikkelissa, miten olutravintolat ovat jopa osoittautuneet liiketaloudellisesti kannattaviksi! Yllättävä tulos ravintolabisnekselle? Kuusi (1962, 192) kertoo pääkirjoituksessaan, miten kokeilun perusta oli ”ennen kaikkea sosiaalinen yritys”. Toisaalta sen voi tulkita myös raittiusliikkeen lepyttelyksi, koska se oli jyrkästi oluen vapauttamista ja siihen eri tavalla yllyttäviä ”kokeita” vastaan.

Oluutravintolakokeilun pääfunktio oli raivata kunniallisesti tietä Alkon äkkiseltään vauhtia saaneelle ajatukselle keskioluen vapauttamisesta. Näin (Alkon omistamista) olutravintoloista tuli kansalaiskelpoisia. Oliko raja entisiin verrattuna todella niin suuri, kuin nyt annettiin ymmärtää? Alkon tarkoitushakuisuus paljastuu Klaus Mäkelän ja Toivo Pöysän (1967) tutkimuksesta, joka osoittaa, että ”huolimatta kulutuksen noususta oluen anniskelu paikkaa kohti Helsingissä vielä vuonna 1938 oli selvästi vähäisempi kuin 60-luvun olutravintolakokeiluun osallistuneissa 26 ravintolassa yhteensä. Samoin 30-luvun olutravintoloiden ruokaprosentti oli korkeampi kuin tuon ajan A- ja B-ravintoloissa ja selvästi korkeampi kuin 60-luvun olutravintoloissa”.

Vuonna 1961 Alkolla ja kaikkiaan 17 panimolla oli valmistussopimus. Ne saivat valmistaa olutta ”Alkon luvalla”. Panimoiden Alkolle valmistama olut myytiin Alkon myymälöiden ja anniskeluravintoloiden välityksellä. Kumpakaan tietä sitä meni kulutukseen suunnilleen yhtä paljon. Alko oli myös läänittänyt panimoille koko maan ns. aluejakojärjestelmänä, jonka mukaan kullakin paikkakunnalla piderään kaupan pääasiassa yhrä tavallista III veroluokan olutta ja yhtä A-olutta. Yhtenä perusteluna tälle läänitykselle on ollut se, että ”oluen hinta yritetään pitää alhaisena mm. rasittamatta sitä tarpeettomilla ja suhteettomilla kuljetuskustannuksilla”. (Nurmi 1961.)

1960-luvun taitteessa tämä tilanne näyttää olleen murtumassa. Yhden panimon oluen varaan rakentuva aluejärjestelmä oli jäykkä ja joustamaton säännöstelysysteemi, vaikka Alko halusi nähdä siinä myös monia myönteisiä puolia. Nyt Alkossa oli päädytty laajentamaan näitä läänityksiä niin, että niiden myyntialueet osittain peittivät toisensa. Läänitysten peruskuvio jäi kuitenkin voimaan. (Nurmi 1961.)

Alko ei ehkä keksinyt muutosta ihan itse?

Suomi oli parhaillaan solmimassa Efta-sopimusta, joka on tiettyssä mielessä eräänlainen EU:n esi-

aste. Se tulisi asettamaan panimot ”ainakin määrättyissä rajoissa” keskinäiseen kilpailuun. Efta-oluita piti alkaa myydä koko maassa ja näin jouduttaisiin pakosta poistamaan kotimaisten oluiden myyntialueet ainakin A-oluen osalta. ”Myymälöiden liian pienen lukumäärän ja niissä valitsevan tilanahtauden vuoksi täytyi luopua ajatuksesta koko kotimaisten oluen kaupan vapauttamisesta myyntialuerajoituksista.” Näin kirjoittaa Manne Nurmi (1964, 118), silloisen Alkon kaupallinen johtaja ja pääjohtaja vuodesta 1968.

Efta-sopimuksen velvoitteet merkitsivät sitä, että sopimusmaiden ja niissä toimivien valtion yritysten on asteittain 31.12.1966 mennessä ”eliminoitava kotimaista tuotantoa suojelevat toimenpiteet sekä poistettava kaikenlainen kaupallinen syrjintä kansallisuuden perusteella” (Nurmi 1964, 117). Sopimus näytti tulleen voimaan suoraan jo 1.10.1964 ja edellytti, että Efta-maiden oluelle on järjestettävä yhtä hyvät kaupalliset edellytykset kuin kotimaisten panimoiden oluelle. 1.6.1964 myyntialueita koskevat rajoitukset poistettiin A-oluen osalta ja 1.10.1964 ulkomainen olut ilmestyy ensimmäistä kertaa yleiseen myyntiin Alkon myymälöissä (Nurmi 1964, 117). Efta-sopimus vapautti keskioluen ja 1990-luvulla EU-sopimus kaatoi Alkon monopolit vähittäismyyntiä lukuun ottamatta. Eli liberalisoinnin todellinen yllyke tuli molemmissa tapauksissa Suomen rajojen ulkopuolelta!

Ulkomaisesta oluesta tuli kotimaisten A-oluen kilpailija ja keskioleusta ”hankala tilansyöjä”. Kilpailun avautuessa rajoittamaton keskioolut ei enää mahtunut Alkon myymälöihin. Se oli saatava ulos ja tilaa A-oluille ja viineille! Eli vapauttamisajatuksen takaa löytyy hyvin praktinen motiivi: tuon ajan ahtaissa tiskimyymlöissä ei enää olisi ollut tiloja pakosta paisuvalle olutmäärälle.

Nurmi (1964, 119) vilauttaa lisäksi jo yhtä mahdollista ratkaisua eli olutkaupan liberalisoinnista: ”Kuitenkin tätä uudistusta on tervehdittävä tyydytyksellä ainakin sikäli, että se on avannut tien oluen kaupan liberalisoimiselle niin hyvin yleisön vapaampaa valintaoikeutta kuin myös panimoiden suurempaa liikkumisvapautta silmälläpitäen.”

Mutta miten tämä selittää Kuusen viinilinjasta luopumista? Se selittää. Keskioluen vapauttamisen jälkeen Alkon myymälöihin tulisi tilaa Kuusen pitkään haaveilemalle laajemmalle viinivaikeimolle, joka oli pysynyt yllättävän vaatimattomana koko viinikampanjan ajan. Ns. karahvivii- ni ja Alkon pullotteet eivät ihan vastanneet viini-

kulttuurin edistämisen koko kuvaa. Jäljelle jäisi vielä yksi (ylittämätön) este, Alkon ”viinapuolueen” keulamies, teollisuusjohtaja Heikki Suomalainen. Hänelle Kuusi lopulta sitten hävisikin viinivalikoiman kasvattamisajatukset (Heikki Kosken haastattelu 2003). Valikoimaa laajensi tunnustavasti vasta Heikki Koski ja hänen johtotiiminensä, erityisesti johtaja Junno Pekkala.

### Kansa oppi juomaan viiniä ja sai tilalle – keskiolutta

Keskioluen vapauttajat lukivat aikanaan oudon vähän alkoholitilastoja – ainakin viinien osalta. Alkon määrätietoinen viinipolitiikka näyttäisi tosiaan alkaneen purra. Mietojen pöytäviinien kulutus 1960-luvulla osoittaa, että sekä absoluuttisena alkoholina että anniskelun volyymilitroina mitaten niiden kulutus kasvoi vauhdikkaasti. Samalla väkevien viinien kulutuksen kasvu oli pysähtynyt ja alkoi tasaisesti laskea (ks. taulukot 1 ja 2). Eli ennen keskioluen vapauttamista oltiin alkoholipoliittisesti juuri sillä tiellä, jota aiemmat vuosikymmenet oli tavoiteltu!

Vapauttamisen vaikutusten ennakkoinnissa Alko ajoi oudon suoraan miinaan: kulutuksen lisäkasvu ei siirtynyt kukaan mietoihin, vaan tuli muun kulutuksen päälle. Kasvua oli vuonna 1969 puhtaaksi alkoholiksi laskettuna peräti 47 prosenttia edellisvuoteen verrattuna. Päinvastoin kuin voisi olettaa, ennuste heitti räysin myös uusien anniskelulupien arvioinnissa. Niiden luultiin etukäteen nousevan yhteensä enintään 12 000:een eli satakertaistavan Alkon silloisten myyntipisteiden lukumäärän. Todellinen lupien määrä olikin 20 100.

Alkoa ei hätkäyttänyt, että ennusteet vaikutuksista takkuilivat pahan kerran. Se ei aluksi edes suostunut uskomaan, ettei kehitys edennyt niin ”rauhallisesti”, kuin Kuusi vielä vuoden 1969 alussa oli maalailnut. Tähän Alkon itsepäisyyteen kiinnittää huomiota myös Peltonen (2006).

Keskioluen hinnoittelukin tökki: hintaa ei voitukaan nostaa sille tasolle, mitä alun perin oli tavoitteena. Kuusi selitti ennusteen epäonnistumisen yhdeksi syyksi sen, miten ei osattu arvioida kansan käytettävissä olevien tulojen siirtymistä kertaheitolla näin suuriin alkoholiostoihin. Hän vertasi kasvuprosenttia television tuloon markkinoille: sekin muutti kansalaisten varojen käyttöä aikanaan yhtä radikaalisti. (Kuusi 1970.)

*Taulukko 1. Viinien anniskelu- ja vähittäismyyntin kehitys vuosina 1952–2002, litroina 100 %:n alkoholia*

Vuosi	Litraa	Vuosi	Litraa
1952	85 559	–	–
–	–	1972	1 091 675
1958	193 993	–	–
–	–	1978	1 298 770
1960	278 160	–	–
1961	296 815	1982	1 515 694
1962	310 556	–	–
1963	356 568	1986	1 810 950
1964	412 444	–	–
1965	477 848	1992	3 786 932
1966	595 534	–	–
1967	674 304	2002	8 302 069

Taulukosta 1 näkyy selkeästi, miten 1960-luvulla viinikampanja alkoi vaikuttaa. Mietojen viinien kulutus melkein kolminkertaistui seitsemän vuoden sisällä. Seuraavat vuodet ovatkin sitten keskiolutbuumin kulta-aikaa. Vuonna 1992 kulutus reilusti kaksinkertaistui vuodesta 1982. Keskioluen vapauttamisen jälkeinen vuosikymmen 1972–1982 on varsin maltillisen viinien kulutuksen kasvun aikaa.

*Taulukko 2. Viinien anniskelumyyntin kehitys kymmenen vuoden jaksoina 1932–2002, volyymilitroina*

Vuosi	Litraa	Muutos/litraa
1932	47 173	–
1942	271 998	+ 224 825
1952	328 410	+ 156 612
1962	590 302	+ 261 866
1972	1 493 535	+ 903 229
1982	1 853 641	+ 370 106
1992	3 799 000	+ 1 945 359
2002	18 147 676	+ 14 558 676

Taulukko 2 osoittaa, miten viinien kulutus lähes nelinkertaistui anniskelumyyntissä ajanjaksolla 1962–1972. Vuoden 1982 kulutus on vain noin 100 000 volyymilitraa suurempi kuin vuonna 1972. Huoli keskioluen räjähdysmäisestä kasvusta näyttäisi peittäneen alleen mietojen viinien lupaavan kasvukehityksen.

Ennusteiden silmiinpistävä hatarus ja valmistelujen löyhyys osaltaan osoittanevat, etteivät alkoholipoliittiset tavoitteet olleet etulinjassa. Keskiolutlaki tuli voimaan vasta vuoden 1969 alussa, joten vapauttamisen valmisteluun jäi aikaa yli puoli vuotta. Tuntuu ikään kuin mitään ei olisi suunniteltu ...

1970-luvun krapulan jälkeen keskioluesta tu-



li 1980-luvulla Alkon, alkoholipolitiikan ja kansalaisten suosikki numero yksi. Kulutusrakenne mietoni keskioluen vapauttamisen jälkeen niin, että Suomesta tuli olutmaa vasta vuonna 1993, jolloin kokonaiskulutuksesta ensimmäistä kertaa yli puolet (50,37 %) oli olutta, joko A-olutta tai keskiolutta.

Sosiologit puhuivat jopa kulttuurisesta muutostrendistä ja keskiluokkaistumisesta. Kyynisemmin arvioiden kyse oli puhtaasti Alkon hintapolitiikasta, jossa Alko erityisesti Heikki Kosken kaudella oli alkanut suosia keskiolutta omien tuotteittensa menekin kustannuksella (!). Taustalla vaikutti nyt aito mietojen suosimisen politiikka?

### Jos olisi vapautettukin viini?

Alkon toimintalinjana oli ja on edelleen pitää viinit monopolin sisällä, viinien vapauttamista ei missään vaiheessa edes ehdotettu. Perusargumentti on, että ilman viinejä myös väkevien monopoli kaatuu. Viinit ovat olleet ja ovat edelleen Alkon käyntikortti ja myymäläinformaation pääsisältö. Tuoreimmat mielipidetiedustelut osoittavat, miten kansalaiset ovat taas entistä epävarmempia haluamaan vähittäiskauppojen hyllyille viinejä muiden mietojen lisäksi (Österberg 2005 & 2006). Jäljet pelottavat?

Jospa vuonna 1968 olisikin vapautettu miedot viinit eikä keskiolut? Jos Efta ei olisi sotkenut panimoiden läänityksiä ja Kuusi olisi ajanut puhdasta viinilinjaa loppuun saakka? Viinien vapauttaminen olisi ehkä ollut onnistuneempi ratkaisu kuin keskioluen vapauttaminen – ja vielä näin onnettomien ennusteiden varassa ja yhdessä yössä. Tapahtuiko jo tuolloin alkoholipolitiikkamme vakavin virhearvio?

Viinien vapauttamisen porrastuksesta olisi ollut helppoa huolehtia: olisi myönnetty paikkakunnan suurimmille elintarvikeliikkeille myyntilisenssejä. Kokonaiskulutus tuskin olisi räjähtänyt samalla tavalla kuin keskioluen vaikutuksesta. Viinien myyntilisenssit olisivat olleet helpommin

rajattavissa ja valvottavissa. Alko ja sen lisäksi vähittäiskaupat olisivat voineet jatkaa kampanjoin-tia viineistä nimenomaan ruokajuomina. Mutta – se ei olisi edistänyt panimojen markkinoita.

Lisäksi suuret ikäluokat olisivat oppineet kaljalle menon sijasta menemään syömään ja juomaan ja oppineet maistelevan ruoan kanssa viinejä. Tai erilaisia oluita? Johtuuko ruotsalaisten tällä hetkellä yli kaksi kertaa suurempi viinien kulutus siitä, että siellä keskiolutpöhnä ehkäistiin vetämällä keskiolut välittömästi kulutuksen noustua pois päivittäistavarakauppamyynnistä? Tähän oppiin olisi tarvittu myös sekä juomien että ruokien kohtuuhintaista ravintolatarjontaa.

Yksi alkoholipoliittisia perusdogmejamme on ollut se, että vahvempi juoma on aina miedompaa syntisempi. Viinien vapauttamisen näkökulma olisi vaatinut aivan uudenlaista alkoholipoliittista ajattelua: olisi pitänyt hylätä alkoholijuomien vahvuuteen perustuva vaarallisuuskäsitys. Jos näin olisi uskallettu tehdä, se olisi voinut olla aika kauaskantoinen ajatus: myöhempien aikojen veronalennukset olisi otettu tyynemmin vastaan, kun alkoholijuoma olisi osattu luokitella jo tuolloin muullakin tapaa kuin alkoholiprosentteina.

Keskioluen vapauttaminen loi keinotekoisen rajauksen sille, mikä on ”alkoholijuomaa” ja mikä ruokakauppajuomaa. Kansalaiset alkoivat ajatella kuin entinen Alkon johtaja Nestori Kaasalainen: ”olut ei ole alkoholijuoma ja sikari ei ole tupakka”. Itse asiassa meidän keskioluemme on edelleen vahvempaa kuin keskieuropalaisten juoma olut keskimäärin. EU-lainsäädännössä alkoholijuoman raja on 1,2 tilavuusprosenttia.

Mielikuvituksella on rajansa: ei kai nyt sentään viinejä? Ajatuksesta tulee hieman samanlainen olo kuin suomalaisella jääkiekon maajoukkueella aikoinaan mielikuvaharjoituksissa. Joukkueen pelaajien piti kuvitella eri maiden joukkueiden kohtaamisia pelissä ja harjoitella mielikuvoittamista. Kun ohjaaja sitten sanoi, että vuorossa on Neuvostoliiton joukkue, ilmoitti joku latialla olijosta, ”ettei nyt sentään ihan mahdollotto-mia voida edes kuvitella”!

### KIRJALLISUUS

ALKOHOLILIIKKEEN AIKAKAUSKIRJAN VUOSIKERTOJA 1930-, 1940-, 1950-, 1960- JA 1970-LUVULTA. Alkoholiliike & Alko

ALKOHOLITILASTOLLISIA VUOSIKIRJOJA 1930-, 1940-, 1950-, 1960- JA 1970-LUVUN ERI VUOSILTA. (Myö-

hemmin Päihdetilastollinen vuosikirja). Alko & Stakes

ARONEN, MARTTI: Kansanravintoloissa esiintyvistä epäkohdista. Alkoholiliikkeen Aikakauskirja 2 (1937): 5, 101–105

BRUUN, KETIL: Alkoholit: käyttö, vaikutukset ja kont-

rolli. Helsinki: Tammi, 1972  
 KOSKI, HEIKKI, HAASTATTELU 2003  
 KUUSI, PEKKA: Viinan valta. Alkoholipolitiikka 24 (1959): 1, 1–2  
 KUUSI, PEKKA: Olutravintolakokeen alkaessa. Alkoholipolitiikka 27 (1962): 5, 191–193  
 KUUSI, PEKKA: Oluenkaupasta on kysymys. Alkoholipolitiikka 30 (1965): 3, 144–148  
 KUUSI, PEKKA: Rauhallinen alku. Alkoholipolitiikka 34 (1969): 1, 1–3  
 KUUSI, PEKKA: Alkoholilojen kehityksestä. Alkoholipolitiikka 35 (1970): 1, 1–3  
 MÄKELÄ, KLAUS & PÖYSÄ, TOIVO: 30-luvun olutravintoista. Alkoholipolitiikka 32 (1967): 6, 296–302  
 NURMI, E.: Oluen kaupasta. Alkoholipolitiikka 26 (1961): 4, 153–154  
 NURMIA, M.: Muutoksia oluen kaupassa. Alkoholipolitiikka 29 (1964): 3, 117–119  
 PELTONEN, MATTI: Keskioluen vapautus 1969. S. 435–467. Teoksessa: Peltonen, Matti & Kilpiö, Kaari-

na & Kuusi, Hanna (toim.): Alkoholin vuosisata. Suomalaisten alkoholilojen käännetä 1900-luvulla. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 2006  
 PIISPA, MATTI: Alkoholipolitiikka-lehden artikkelien aihepiirit vuosina 1936–1965. Yhteiskuntapolitiikka 70 (2005): 1, 71–76  
 PUNTILA, L. A. & KUUSI, PEKKA: Kaksi merkittävää puhetta eduskunnassa. Alkoholipolitiikka 33 (1968): 3, 123–132  
 TUOMINEN, TAUNO A.: Olutravintoista taloudellisesti kannattavia. Alkoholipolitiikka 32 (1967): 6, 291–295  
 WARSSELL LEENA: Perikato vai uuden alku? Alkon purku 1990-luvulla. Tutkimuksia 153. Helsinki: Stakes, 2005  
 ÖSTERBERG, ESA: Alkoholiasenteet kiristävät yhä. Korkki 9 (2006): 3, 6–7  
 ÖSTERBERG, ESA: Suomalaiset hyväksyvät vallitsevan alkoholipolitiikan. Korkki 8 (2005): 2, 6–8.

## Alkoholitutkimussäätiön apurahat haettavissa

Alkoholitutkimussäätiö myöntää apurahoja

- alkoholinkäyttöä koskeviin tutkimuksiin
- tutkimuksiin, jotka selvittelevät alkoholia yksilön ja yhteiskunnan ongelmana
- raittiustoimintaa koskeviin tutkimuksiin
- alkoholitutkimukseen liittyvään huumausainetutkimukseen.

Vuoden 2006 apurahat on haettava säätiön hakemuslomakkeita käyttäen ja hakuohjeita noudattaen. Ohjeet ovat nähtävissä ja lomakkeita voi tulostaa säätiön Internet-sivuilta osoitteesta [www.alkoholitutkimussaatio.fi](http://www.alkoholitutkimussaatio.fi) tai pyytää Raija Ahtolalta, puh. (09) 3967 2013.

Hakemusten on oltava perillä viimeistään syyskuun viimeisenä arkipäivänä (liitteinen kuutena kappaleena) osoitteessa: Alkoholitutkimussäätiö, PL 220 (Lintulahdenkuja 4), 00531 Helsinki.

Tarkempia tietoja antaa sihteeri Kari Poikolainen, puh. (09) 3967 2003.